

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Kegiatan perdagangan merupakan salah satu faktor penggerak perekonomian, maka dari itu perdagangan memiliki posisi yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Kontribusi perdagangan adalah sebagai kegiatan guna memperlancar arus barang dan jasa, mengusahakan dan menjaga stabilitas harga relatif stabil di pasaran, meningkatkan nilai tambah komoditas yang dihasilkan, serta kemampuannya menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

Tempat terjadinya perdagangan atau tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk menjual-membeli barang secara umum yaitu pasar, Seperti yang diungkapkan oleh W.J Staton (2006:156) bahwa, pasar adalah sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (disposable income) serta kemauan untuk membelanjakannya”.

Berdasarkan bentuk fisiknya pasar terbagi kedalam 2 bagian yaitu pasar kongkret (Rill) dan pasar Abstrak, pasar kongkret merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan jual-beli. Tempat bertemunya penjual dan pembeli bisa terjadi di dalam gedung/bangunan atau tempat terbuka. Juga pada saat transaksi jual-beli barang akan diperjual belikan berada di tempat yang sama.

Pasar konkret dapat dibedakan berdasarkan manajemen pengelolaan yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dikelola secara modern dengan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja, juga bermodalkan kuat dan dilengkapi label harga yang pasti; seperti dalam masa sekarang ini biasa disebut minimarket, supermarket dan hypermarket.

Sedangkan pasar tradisional yaitu pasar yang dibangun pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah dan koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil pula, juga proses jual-beli nya pun melalui tawar menawar.

Pasar kongkret yang terdiri dari pasar modern dan tradisional biasanya menjual barang-barang secara eceran (*retail*). Perdagangan *retail* (eceran) adalah salah satu jenis perdagangan yang sangat strategis di Indonesia. Seperti jenis perdagangan yang lain, dalam perdagangan *retail* juga kita akan menemukan persaingan di dalamnya. Persaingan perdagangan *retail* terbagi menjadi dua blok besar, yang pertama blok *retail* tradisional yang di dalamnya terdiri dari pedagang-pedagang kecil seperti warung, kios, pedagang asongan yang terdapat di pinggir jalan dan pasar tradisional dan yang kedua ialah blok *retail* modern yang diwakili oleh minimarket, supermarket dan hypermarket.

Persaingan di dunia *retail* seperti ini sudah bukan hal yang baru, persaingan ini dimulai sekitar tahun 90-an. Di Indonesia, supermarket lokal telah ada sejak 1970-an, meskipun masih terkonsentrasi di kota-kota besar (Lembaga Penelitian Smeru 1 : 2007). Pemberlakuan liberalisasi sektor *retail* pada 1998 menjadi awal masuknya *retail* asing ke pasar dalam negeri. Akibatnya, persaingan dunia perdagangan pun semakin meningkat. Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan supermarket di kota-kota yang lebih kecil dalam rangka untuk mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga.

Akibatnya, persaingan bukan hanya antar sesama pasar modern, pasar tradisional pun menjadi korban persaingan ini. Hal ini dikarenakan, pasar-pasar modern tidak hanya mengincar pasar kelas menengah ke atas, tetapi juga kelas menengah ke bawah. Seiring perkembangan perekonomian dan gaya hidup masyarakat maka semakin besar pula kebutuhan psikologis seseorang terhadap kenyamanan berbelanja, pelayanan jasa yang baik, dan produk-produk yang

berkualitas. Pesatnya pertumbuhan ritel modern seperti minimarket membuktikan pesatnya pertumbuhan ekonomi yang bagus, ekspansi minimarket ke daerah - daerah termasuk ke dalam perkampungan menunjukkan kemajuan perekonomian Indonesia.

Namun tidak dapat dipungkiri ekspansi minimarket ini menimbulkan keluhan dari pelaku usaha (pedagang) tradisional khususnya pedagang ritel kecil seperti pedagang kelontong, warung dan asongan di pemukiman, pinggir jalan dan pasar tradisional.

Berdasarkan penelitian awal bahwa di Kecamatan Jatiwangi terdapat 11 gerai minimarket waralaba, yaitu 6 gerai Alfamart, 1 gerai Yomart, dan 4 gerai Indomaret. Kehadiran minimarket ini menimbulkan iklim persaingan yang tidak sehat dan tidak menutup kemungkinan juga dengan kondisi yang sangat berbeda tersebut menimbulkan kecemburuan sosial diantara pelaku perdagangan dikarenakan jarak antara minimarket dengan pasar tradisional sangatlah berdekatan. Padahal pemerintah pusat telah memberikan wewenang terhadap Pemerintah Daerah (PEMDA) dalam menentukan jarak dan lokasi (zonasi) minimarket terhadap pasar tradisional melalui Peraturan Presiden (Perpres) No 112 pasal 3 ayat 1 tahun 2007.

Dalam Perpres ini mengatur tentang lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. Namun di Kabupaten Majalengka belum terdapat peraturan daerah yang mengatur zonasi lokasi minimarket terhadap pasar tradisional.

Oleh karena itu, diperlukan adanya analisis mengenai sebaran lokasi minimarket terhadap pasar tradisional sehingga dapat diketahui dampaknya secara empiris terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional khususnya pedagang kelontong. Sehingga mengenai jarak antara minimarket dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal itu adalah wawenang Pemerintah Daerah

(PEMDA) yang memberikan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) dengan pertimbangan dari Peraturan Presiden No 112 pasal 3 ayat 1 tahun 2007.

Namun berdasarkan temuan dilapangan, masih banyak minimarket yang berdiri sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Maka dari itu diperlukan penelitian lebih dalam guna menganalisis fenomena ini dalam sebuah skripsi yang berjudul, **“ANALISIS PERSEBARAN LOKASI MINIMARKET TERHADAP PERUBAHAN PENDAPATAN PEDAGANG KELONTONG DI PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus di Pasar Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka)”**.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Untuk membatasi permasalahan guna mempermudah dalam proses penelitian, penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti dirumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Belum terdapatnya peta persebaran minimarket di Kecamatan Jatiwangi.
2. Belum adanya bukti empiris di Kecamatan Jatiwangi mengenai lokasi minimarket yang dibangun berdekatan dengan pasar tradisional, akan mempengaruhi pendapatan dan jumlah pedagang kelontong yang berdagang di pasar tersebut.

## **C. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Bagaimana persebaran minimarket di Kecamatan Jatiwangi dengan menggunakan peta ?
2. Apakah terjadi perubahan pendapatan pedagang kelontong setelah hadirnya minimarket yang dekat dengan lokasi pasar tradisional dan seberapa besar perubahan pendapatannya ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk;

- a. Membuat peta sebaran minimarket sehingga dapat dijadikan bahan rekomendasi dalam mengevaluasi Perpres No 112 pasal 1 ayat 12 tahun 2007 di Kecamatan Jatiwangi.
- b. Memperoleh data empiris mengenai ada tidaknya perubahan pendapatan pedagang kelontong setelah hadirnya minimarket yang dibangun berdekatan dengan toko kelontong.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak yang memerlukan baik mahasiswa ataupun instansi terkait untuk menambah wawasan ke geografiannya dan kepentingan lainnya. Adapun manfaat yang diharapkan secara khusus dari penelitian ini adalah:

- a. Mendapatkan gambaran tentang lokasi minimarket yang berdekatan dengan pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang toko kelontong pasar tradisional di Kecamatan Jatiwangi.
- b. Memperoleh informasi tentang sebaran minimarket di Kecamatan Jatiwangi.
- c. Peta sebaran minimarket dapat digunakan oleh PEMDA Majalengka selaku instansi terkait, guna mengevaluasi lokasi berdirinya minimarket di Majalengka pada umumnya dan di Kecamatan Jatiwangi pada khususnya.
- d. Bahan masuk dan informasi bagi pemerintah yang berwenang terhadap pedagang tradisional seperti pedagang ritel kecil, agar lebih memperhatikan semua aspek yang mempengaruhi perkembangan para pedagang kelontong dan pasar modern sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

- e. BahanInformasibagimereka yang inginmengadakanpenelitianlanjutan tentangmasalahininamundarisudut yang berbeda.Bahanuntukmenambahpengetahuankepustakaanbagi UPI Bandung.